

Pressmeddelande

Kontaktperson: Madeleine Thor Telefon: +46 8 663 04 90 E-mail: madeleine.thor@irm-media.se

Svenska reklammarknaden går mot strömmen

Nu har IRM publicerat rapporten "The Nordic Advertising Market Jan-Jun 2016" som beskriver utvecklingen på de nordiska reklammarknaderna under det första halvåret 2016. Den svenska reklammarknaden fortsätter att gå som tåget medan resten av Norden upplever negativ eller avmattad tillväxt.

De samlade reklamköpen i nordisk media ökade 0,8% gentemot första halvåret 2015 med fast växelkurs. Utvecklingen är därmed fortsatt positiv om än lite svagare än under helåret 2015.

Andelen digitalt överstiger för första gången 40% och Sverige utmärker sig genom en ökning om hela 5% i lokal valuta.

- Som vi kunnat se i vår löpande statistik så går den svenska reklammarknaden just nu för högvarv. I resten av Norden är utvecklingen svagare dock ser vi att vissa trender går igen såsom god utveckling för utomhus-, radio- och bioreklam, kommenterar Madeleine Thor, IRM:s VD.

Efter en totalomvändning och bäst utveckling i Norden under 2015 så mattades tillväxten för den danska reklammarknaden av under det första halvåret 2016. Tillbakagången fortsatte i Norge, så även i Finland men där avtog tappen något.

Anm: IRM har tillsammans med Danske Medier i Danmark och TNS-Gallup i Finland tagit fram statistik över den Nordiska mediemarknadens utveckling.

Bilaga: Nordiska mediekakan jan-jun 2016
löpande priser

